MINISTRY OF TOURISM, CULTURE AND RECREATION

2001-2002
Business Plan

Ontario

Message from the Minister

Hon. Tim Hudak

We step into 2001-2002 with a new organization, a new mandate and a tremendous new opportunity to help people across the province realize the dream of creating in Ontario the best place in the world to live, work and raise a family.

On February 8, 2001, we brought together tourism, culture and recreation under one roof to focus the power of these key sectors on our goals: creating jobs and helping the people of Ontario build strong communities.

The timing was perfect.

Ontario's economy grew by a total of 11.9 per cent in 1999 and 2000, the best two consecutive years of growth since the 1980s. Ontario created more than 550,000 new jobs in the years 1998 through 2000, the best pace of job growth in the province's history. All forecasts agree that job growth will continue in 2001 and accelerate in 2002.

Recent economic growth and sound government fiscal policy have generated funds needed to make strategic investments in the tourism, culture and recreation sectors. The SuperBuild Sports, Culture and Tourism Partnerships initiative is helping to rebuild and improve publicly owned or supported sport, recreation, cultural and tourism facilities across Ontario. We doubled funding to the Arts Endowment Fund to make a five-year, $50 million commitment to the long-term future of the arts in Ontario. We increased our tourism marketing commitment by $50 million to a total of $170 million over six years so we can, through the Ontario Tourism Marketing Partnership Corporation and the tourism industry, aggressively market Ontario world-wide as a four-season destination.

During the coming year, we will reap the benefits of those actions and the dozens of others that we have taken to strengthen tourism, culture and recreation.

Our strategies for 2001-2002 build on the momentum of the tourism, culture and recreation sectors. They bring these three powerhouses together in new partnerships to accelerate job creation, economic growth and stronger communities.

I invite you to examine our business plan for 2001-2002, think about our strategies and weigh the results we expect to achieve. Call, write or send us an e-mail with your views.

The Honourable Tim Hudak
Minister of Tourism, Culture and Recreation

Ministry Vision

Tourism, culture and recreation touch everyone in Ontario. For many people – hundreds of thousands of men, women and students across Ontario – the health of these sectors means good jobs.

For millions more, they are cornerstones of an enviable quality of life. We take delight in showing the province to visiting friends and family. We're proud of the accomplishments of our writers, performers and artists. We share the triumphs of our top athletes – and our eight-year-old niece when she hits a home run at the local ball diamond. We are enriched through exploring local libraries and the wonders of our natural heritage, including our extensive trail system and historical buildings.

By creating jobs, these industries help improve our quality of life, which attracts high quality investments and more jobs. That is Ontario's Edge.

During 2001-2002 and in the years to come, the newly established Ministry of Tourism, Culture and Recreation will play a key role in helping to shape these critically important sectors of life in Ontario.

We are determined to build an organization that can quickly and effectively seize new opportunities with our public, private and not-for-profit partners; an organization that responds to the needs of the sectors; an organization that delivers results to help the people of Ontario create the communities and the lives that they want.

To guide our plans and strategies over the coming years, we share a vision for our new organization:

The Ministry of Tourism, Culture and Recreation will be a recognized national leader in job creation and investment through the support and development of the tourism, culture, sport, recreation and gaming sectors.

Core Business

The scope of our new organization is breath-taking: from shinny hockey at the local arena to cutting-edge digital media wizardry; from battling for market share in the fiercely competitive global tourism industry to ensuring that gaming and lottery revenues help strengthen health care and community life across Ontario.

While the range of specific activities is broad, the tourism, culture and recreation sectors share strong links. These connections weave a matrix that is the foundation of our core businesses.

Investing in our Communities

We will foster community economic growth, job creation and an attractive lifestyle for Ontario residents and potential newcomers to Ontario by developing our local, regional and provincial communities – as well as our communities of interest – through tourism, culture, sport, recreation and gaming. Initiatives will range from the SuperBuild Sports, Culture and Tourism Partnerships initiative and other infrastructure projects to the community development work of the Ontario Trillium Foundation.

Developing our Industries

We will foster the right business conditions, facilitate partnerships and invest in long-term tourism, culture, sport and recreation growth to strengthen Ontario's competitive advantage. Additionally, we will develop gaming in a responsible, regulated and responsive way to support economic development and job creation.

Building Agency and Attraction Partnerships

We will work in partnership with our agencies, attractions, boards and commissions and the private sector to maximize the economic, cultural and social contributions of our agencies and attractions, making them catalysts for economic growth, job creation and stronger communities.

Core Businesses (cont'd)

Our agencies, attractions, boards and commissions represent a wealth of expertise, resources and programs that can spark cross-sectoral opportunities and partnerships. They include:

Art Gallery of Ontario
Conservation Review Board
Huronia Historical Parks
McMichael Canadian Art Collection
Metro Toronto Convention Centre Corporation
Niagara Parks Commission
Old Fort William
Ontario Arts Council
Ontario Heritage Foundation
Ontario Library Service - North
Ontario Lottery and Gaming Corporation
Ontario Media Development Corporation
Ontario Place Corporation
Ontario Science Centre
Ontario Tourism Marketing Partnership Corporation
Ontario Trillium Foundation
Ottawa Congress Centre
Royal Botanical Gardens
Royal Ontario Museum
Science North
Southern Ontario Library Services
St. Clair Parks Commission
St. Lawrence Parks Commission

Our core businesses will bring together the strands of tourism, culture and recreation to help strengthen the fabric of Ontario's economy and quality of life.

Annual Report on Key Achievements for 2000-2001

During the past year, we launched a broad range of tourism, culture and recreation initiatives focused on achieving one over-arching goal: strengthening jobs and economic growth in communities across Ontario.

In partnership with the tourism industry, we have invested more than $50 million, including $15 million in partner contributions and $3.2 million funding to the Northern Tourism Marketing Corporation (NTMC), to market and sell Ontario to the world as a premier, four-season destination.

We launched a new consumer Web site – www.ontariotravel.net – featuring a searchable database of approximately 8,000 Ontario accommodations, events, adventure tours, festivals and visitor services.

Our drive to make Ontario the top choice among Ontario residents as a four-season travel destination was bolstered by new products in city, touring and outdoor categories to counter the "been there, done that" challenge of marketing to repeat visitors.

The Ontario Tourism Marketing Partnership (OTMP) has evolved into a strategic, marketing and business alliance between government and industry. OTMP's goal is to attract more visitors to Ontario and to encourage them to stay longer and spend more money while they experience all that our great province has to offer.

We joined forces with the City of Niagara Falls, the Regional Municipality of Niagara, the Niagara Parks Commission and the Ministry of Transportation to launch a major revitalization of Robert Street, a main entry point into Ontario from the United States. This strategic investment, announced in October 2000, will create an engaging first impression that will encourage visitors to explore the region.

The Tourism Oriented Directional Signing (TODS) program, implemented by the private sector and supervised by MTCR, contracted more than 3,000 operators since its launch four years ago, exceeding its original five-year target of 2,500 operators. At the current level of sales, the program has reached 80 per cent of its estimated full capacity. Parliamentary Assistant Frank Mazzilli will lead efforts to act on a recent review of this very successful program.

Key Achievements (cont'd)

We helped to draft regulations supporting Bill 101, *An Act to Promote the Sustainability and Safety of Ontario Snowmobile Trails.* The Bill responds to the industry's growth and is designed to enable the Ontario Federation of Snowmobile Clubs to deliver safe, enjoyable, world-class snowmobile trails.

To gain insight into the needs and desires of our tourism customers, we commissioned Ontario's most comprehensive Travel Activities and Motivations Survey ever conducted. Supported by the participation of 13 public and private-sector partners, the $2-million study of North American travellers will allow us to more effectively target our four-season marketing of Ontario as a premier tourism destination and help the tourism industry to develop the right products. These reports will be released publicly throughout 2001.

The SuperBuild Sports, Culture and Tourism Partnerships initiative was launched in early 2001. This program, with a budget of $300 million over five years, has attracted an overwhelming response – over 450 applications, with a total project value of $2 billion – indicating the strong need for a program to help renew aging sport, culture, tourism and recreation infrastructure, as well as support the development of new attractions.

We invested close to $20 million to help our tourism and cultural agencies and attractions renew and upgrade their aging infrastructure. This investment will preserve these public assets for future generations, and sustain their educational, heritage and cultural programs for the continued delight of students and visitors.

We committed an additional $25 million for the Arts Endowment Fund, administered by the Ontario Arts Council Foundation, making this a five-year, $50-million commitment. By January 2001, 196 arts groups had received almost $22 million dollars in matching endowment funds from the government.

The new Ontario Media Development Corporation (OMDC) was launched in February 2001 and will supply one-window access for the film, book, magazine, television, sound recording and digital media industries. OMDC is the first provincial government agency in Canada to focus on building strategic partnerships among the converging cultural media industries.

A number of tax credit amendments were implemented in 2000 to encourage investment and create jobs in Ontario's cultural industries.

Key Achievements (cont'd)

New legislation was passed to protect the investment of Ontario taxpayers who have supported the McMichael Canadian Art Collection for the past 35 years. The government also acted to protect this investment for future generations with $2 million in capital improvements.

As a result of the focus on improved telecommunications, some 130 additional libraries, mostly in small communities, have dedicated high-speed access to the Internet. This has meant substantially improved service for library users, allowing them to access a wider range of multi-media materials with a reduced time for downloading.

The $10-million Heritage Challenge Fund was launched in February 2000 to provide capital and endowment funding on a matching basis to community organizations ($5 million) and the Ontario Heritage Foundation ($5 million) for the renovation and restoration of heritage buildings.

During 2000, the Ontario government committed to provide $10 million over three years in matching funds to the Foundation for Athletes and Sport Training (FAST), to help support training for Ontario's junior athletes. FAST was established by TO-Bid, the bid organizing committee for the 2008 Summer Olympic Games.

Both the Ontario Summer Games, held in Durham Region, and the Ontario Seniors Games – Actifest, held in Ottawa, were a success with more than 4500 participants competing in 35 sports. The 2001 London Alliance was supported in preparing for the 2001 Canada Summer Games, to be held in London and surrounding communities in August 2001.

Ontario Sports Awards celebrated Ontario's top achieving athletes, coaches and volunteers, as well as recognizing the contribution of the corporate sector to the delivery of sport at the community level.

The Syl Apps Awards of Excellence recognized 16 youth, ages 12 - 17, at the regional and then provincial level, for their contribution to community volunteerism, athletic achievement and leadership.

Active Ontario was launched in August 2000 to educate people about the benefits of physical activity and help them incorporate moderate amounts of such activity in their daily lives. The Active Ontario strategy is designed to reach people in settings where they live, work, go to school and play.

Key Achievements (cont'd)

Working with our agency, the Ontario Lottery and Gaming Corporation, four new gaming destination facilities were successfully opened: slot machine facilities at Clinton Raceway, Flamborough Downs and Hanover Raceway; and the Thunder Bay Charity Casino.

The ministry also recently announced the building of a new charity casino for Eastern Ontario, jointly hosted by the Township of Leeds and Thousand Islands and the Town of Gananoque, and launched construction of a new permanent casino in Niagara Falls. Both announcements herald the creation of more new jobs in these communities.

Early in 2000-2001, referendum legislation was implemented which takes into account the need for community support and is responsive to the need of municipalities to have a say in gaming expansion. The Province also announced a three-year pause in gaming expansion until June 2003 to allow the province's gaming market to mature.

The ministry provided $100 million to our agency, the Ontario Trillium Foundation, in support of over 1,500 charities and not-for-profit organizations throughout the province.

In partnership with the Ministry of Health and Long Term Care, $17.1 million was allocated to support the province's problem gambling strategy. These funds supported problem gambling treatment, prevention and research programs, including the opening of the Ontario Problem Gambling Research Centre.

Key Commitments and Strategies for 2001-2002

Just as the impacts of tourism, culture and recreation are an intrinsic part of the lives of Ontario residents, the opportunities for growth and improvements in the three sectors are linked.

During the coming year, we will follow through on commitments made in the 2001 Ontario Budget and Speech from the Throne.

We will work with the Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs to develop a strong agri-tourism strategy for the province, to ensure that tourism growth is compatible with the preservation of tender fruit lands.

We will build on the government's recent success in helping Ontario icewine producers gain access to the European market by working with the industry to develop a world-class wine and culinary strategy to attract new tourists.

We will work with the Ministry of Transportation to create modern international gateways with state-of-the-art travel information centres at strategic border crossings in Ontario, enhancing the local economy through promotion of tourist destinations, cultural and historic attractions as well as local and regional events.

We will review the programs of the Ontario Media Development Corporation to enhance the competitiveness of the cultural industries. The OMDC program review will conclude with a major industry conference in Fall 2001 to explore opportunities for new convergence and partnerships.

We will work with the Ministry of Finance and stakeholders to provide property tax relief to owners of buildings that are designated under the Ontario Heritage Act as being of architectural or historical value.

Under the leadership of Parliamentary Assistant Frank Mazzilli, we will review the policy governing amateur sport in the province.

In addition to these commitments, we will bring together the resources from our core business areas to support an inter-connected series of long-term strategies. To support job creation and investment in the province in tourism, culture, recreation and gaming, the ministry will:

Key Commitments and Strategies (cont'd)

- foster partnerships within and among tourism, culture, sport and recreation and gaming sectors;
- promote the sustainability of our sectors through the development of appropriate and innovative investment mechanisms;
- implement an integrated marketing approach that will create jobs and new investment, and achieve economic growth and pride in the province;
- work with agencies and attractions to achieve increased effectiveness, efficiencies and improved entrepreneurial spirit and accountability by promoting greater cooperation and enhanced partnerships;
- sustain the gaming industry in a responsible, regulatory and responsive way;
- encourage and champion quality-focused approaches to service and program delivery across the ministry, among our partners and in our agencies and attractions; and,
- celebrate our accomplishments and successes.

During 2001-2002, we will strengthen Ontario's economy and quality of life through the following initiatives:

We will increase the competitiveness of Ontario's tourism industry by supporting new product development and tourism investment.

We will encourage local and regional economic development, improve the condition and quality of local sport, recreation, cultural and tourism facilities and improve the quality and market position of Ontario's major cultural and tourist attractions by effectively administering the five-year, $300-million Sports, Culture and Tourism Partnerships initiative.

We will invest $14 million in new capital in our tourism and cultural agencies to improve our assets, maintain and preserve priceless collections, ensure public health and safety and improve visitor experience.

We will move ahead on our work to improve customer service in archeology, creating greater efficiency and clarity while ensuring Ontario's rich archeological record is preserved for future generations.

We will continue our partnership with Ontario's public libraries, working closely with this sector as a new strategic framework is developed to make sure our communities enjoy the benefits of an effective and efficient public library system designed for the 21st century.

Key Commitments and Strategies (cont'd)

We will launch a $6-million fund (over three years) to give low-income children and youth an opportunity to improve the quality of their lives by participating in community sport and recreation opportunities.

With an investment of $3.25 million, we will welcome 5,000 athletes, coaches, and managers to London in August to participate in Canada's largest multi-sport games for youth. And, for an Ontario government investment of $3 million we will welcome the world to Ottawa in July to join in a festival of sport and culture at the fourth games of *la Francophonie.*

We will work with the gaming industry to use it as a tool for economic development and tourism promotion, capitalizing on the synergies created in the new Ministry of Tourism, Culture and Recreation.

We will work with the Ontario Trillium Foundation and volunteers on its Grant Review Teams to continue to improve on the provision of $100 million annually for community culture, recreation, sport, environment and human services projects.

We will participate in the government's recently announced "value for money" review to ensure our grant and tax credit programs take advantage of the synergies created in the new ministry, meet our performance expectations and are being delivered efficiently and effectively.

Key Performance Measures

Core Business: Investing in our Communities

Goals/Outcomes	Measures	Targets/Standards	2001-2002 Commitments
More Ontario residents are physically active.	The percentage of Ontario residents that are physically active enough to benefit their health.	By the year 2001, 41% of Ontario residents are physically active enough to benefit their health.	41% of Ontario residents are physically active enough to benefit their health.
Greater access to responsible gaming programs.	Responsible gaming programs delivered within Ontario Lottery and Gaming Corporation facilities.	Full implementation of a comprehensive, responsible gaming program within Ontario Lottery and Gaming Corporation facilities.	95% compliance with a responsible gaming program within Ontario Lottery and Gaming Corporation facilities.

Core Business: Developing our Industries

Goals/Outcomes	Measures	Targets/Standards	2001-2002 Commitments
Ontario's tourism industry continues to grow over the long term.	Visitor spending generated by the ministry's marketing programs.	By 2001, increase visitor spending generated by the ministry's marketing programs by $400 million per year.	Generate $500 million in total incremental tourist spending.
The quality and diversity of tourism experiences in Ontario continue to grow through increased investment.	The quality and diversity of tourism products and experiences in Ontario.	By 2001-2002, develop specialized strategies for at least six niche tourism markets.	Undertake an analysis of investment gaps to target areas and products for future development / investment.
Ontario cultural industries encouraged by tax incentives.	Impact of tax credits for film, television, computer animation, special effects, and book publishing.	Increased production activity in Ontario.	Production budgets totalling $498 million levered by the tax credits.

Key Performance Measures (cont'd)

Core Business: Building Agency and Attraction Partnerships

Goals/Outcomes	Measures	Targets/Standards	2001-2002 Commitments
Increased self-reliance of cultural agencies.	Agency self-generated revenues.	Increase in self-generated revenues beyond the 1996-1997 base of $46 million.	Self-generated revenues totalling $57 million.
Cost-effective gaming operations.	Ratio of operating costs to sales for the Ontario Lottery and Gaming Corporation.	By 2003-2004, improve the ratio of operating costs to sales to amongst the top 10 jurisdictions in North America for the traditional lottery business, and amongst the top five jurisdictions in North America for the commercial casino line of business.	To be within the top 15 jurisdictions in North America for both the traditional lottery business and commercial casino line of business.

2000-2001 Ministry Spending by Core Business – Interim Actuals*

Ministry of Tourism, Culture and Recreation	
Operating	$361 million (Note 1)
Capital	$27 million (Note 1)
Staff	795 (Note 2)

Investing in Our Communities	
Operating	$126 million
Capital	$1 million
Staff	67

Ontario Trillium Foundation

Developing Our Industries	
Operating	$48 million
Staff	129 (Note 2)

Ontario Media Development Corp.
Ontario Tourism Marketing Partnership Corp.

Building Agency and Attraction Partnerships	
Operating	$183 million
Capital	$26 million
Staff	581 (Note 2)

Art Gallery of Ontario
Huronia Historical Parks
McMichael Canadian Art Collection
Ontario Arts Council
Old Fort William
Ontario Heritage Foundation
Ontario Place Corporation
Ontario Science Centre
Royal Botanical Gardens
Royal Ontario Museum
Science North
St. Lawrence Parks Commission

Ministry Administration (Note 3)	
Operating	$4 million
Staff	18

Notes:

1. Expenditures are reported on a PSAB basis. Ministry operating expenditures include the transfer of Ontario Trillium Foundation, Culture and Sport and Recreation from the Ministry of Citizenship.
2. Staff numbers include staff from the following agencies: Ontario Heritage Foundation, Ontario Media Development Corporation, Ontario Place Corporation, Ontario Science Centre, Ontario Tourism Marketing Partnership Corporation, and St. Lawrence Parks Commission.
3. Included Main Office and Communications Services. Administrative support services and field services for Tourism were provided by the Ministry of Economic Development and Trade in 2000-2001. Administrative support services and field services for Culture and Sport & Recreation were provided by the Ministry of Citizenship in 2000-2001.

2001-2002 Ministry Approved Allocations by Core Business Plan

Ministry of Tourism, Culture and Recreation	
Operating	$392 million (Note 1)
Capital	$68 million (Note 1)
Staff	860

Investing in Our Communities	
Operating	$156 million
Capital	$50 million
Staff	97

Ontario Trillium Foundation

Developing Our Industries	
Operating	$57 million
Staff	139 (Note 2)

Ontario Media Development Corp.
Ontario Tourism Marketing Partnership Corp.

Building Agency and Attraction Partnerships	
Operating	$174 million
Capital	$18 million
Staff	585 (Note 2)

Art Gallery of Ontario
Huronia Historical Parks
McMichael Canadian Art Collection
Ontario Arts Council
Old Fort William
Ontario Heritage Foundation
Ontario Place Corporation
Ontario Science Centre
Royal Botanical Gardens
Royal Ontario Museum
Science North
St. Lawrence Parks Commission

Ministry Administration (Note 3)	
Operating	$5 million
Staff	39

Notes:

1. Allocations are reported on a PSAB basis. Ministry allocations include the transfer of Ontario Trillium Foundation, Culture and Sport and Recreation from the Ministry of Citizenship.
2. Staff numbers include staff from the following agencies: Ontario Heritage Foundation, Ontario Media Development Corporation, Ontario Place Corporation, Ontario Science Centre, Ontario Tourism Marketing Partnership Corporation, and St. Lawrence Parks Commission.
3. Includes Main Office & Communications Services. Administrative support services and field services are provided by the Ministry of Citizenship.

Who to Call

Minister of Tourism, Culture and Recreation
The Honourable Tim Hudak
Phone: 416 326-9326
Fax: 416 326-9338

Office of the Deputy Minister
Todd Kilpatrick
Executive Assistant to the Deputy Minister
Phone: 416 314-7819
Fax: 416 314-7854
E-mail: todd.kilpatrick@omt.gov.on.ca

Tourism
Jean Lam
Assistant Deputy Minister
Phone: 416 325-6961
Fax: 416 325-6985
E-mail: jean.lam@omt.gov.on.ca

Culture, Sport and Recreation
Lucille Roch
Assistant Deputy Minister
Phone: 416 314-7262
Fax: 416 314-7461
E-mail: lucille.roch@mczcr.gov.on.ca

Gaming/Ontario Trillium Foundation
Laura A. Pisko-Bezruchko
Director, Policy and Agency Partnerships
Phone: 416 325-7470
Fax: 416 325-8568
E-mail: laura.pisko-bezruchko@mbs.gov.on.ca

Investment and Development Office
Terry Smith, Director
Phone: 416 314-7105
Fax: 416 327-2506
E-mail: terry.smith@omt.gov.on.ca

Sports, Culture and Tourism Partnerships Secretariat
Bill Kriesel, Manager
Phone: 416 314-1682
Fax: 416 314-1382
E-mail: bill.kriesel@mczcr.gov.on.ca

Who to call (cont'd)

For more information on the Ministry of Tourism, Culture and Recreation, please visit our Web site at:

www.tourism.gov.on.ca

For more information on agencies, attractions, boards and commissions of the Ministry of Tourism, Culture and Recreation, please consult the blue or white pages in your telephone directory, or follow the links from the ministry Web site.

Copies of this document are available free from: Publications Ontario,
880 Bay Street, Toronto ON M7A 1N8. Tel: (416) 326-5300
Out-of-town customers except Ottawa call: 1-800-668-9938
In Ottawa, call (613) 238-3630 or toll-free 1-800-268-8758
Telephone service for the hearing impaired is available
toll-free throughout Ontario at 1-800-268-7095
Order copies via the Internet at http://www.publications.gov.on.ca
Obtain an electronic copy of this document at http://www.gov.on.ca
Queen's Printer for Ontario, 2000
ISBN 0-7794-1151-X
Ce document est disponible en français

MINISTÈRE DU TOURISME, DE LA CULTURE ET DES LOISIRS

Plan d'activités
2001-2002

Ontario

Message du ministre

L'hon. Tim Hudak

Nous entamons l'exercice 2001-2002 avec une nouvelle organisation, un nouveau mandat et la chance extraordinaire d'aider la population de l'Ontario à réaliser son rêve : faire de la province le meilleur endroit au monde où vivre, travailler et élever sa famille.

Le 8 février 2001, nous avons regroupé le tourisme, la culture et les loisirs au sein d'un même ministère pour mettre tous les atouts de ces secteurs clés au service de nos objectifs : créer des emplois et aider les Ontariennes et Ontariens à bâtir des communautés prospères.

Nous n'aurions pu choisir un meilleur moment.

L'économie de l'Ontario a connu une croissance totale de 11,9 pour 100 en 1999 et 2000, qui ont été les deux meilleures années de croissance consécutives depuis les années 1980. L'Ontario a créé plus de 550 000 emplois de 1998 à 2000, le plus fort rythme de création d'emplois de toute l'histoire de la province. Selon toutes les prévisions, le nombre des emplois devrait continuer d'augmenter en 2001 et s'accélérer en 2002.

La récente croissance économique alliée aux saines politiques fiscales du gouvernement nous ont permis d'avoir les fonds nécessaires pour investir stratégiquement dans le tourisme, la culture et les loisirs. Grâce à l'*initiative SuperCroissance – volet Partenaires pour les sports, la culture et le tourisme,* nous pouvons reconstruire et restaurer les installations publiques à vocation sportive, récréative, culturelle et touristique réparties dans l'ensemble de l'Ontario. Nous avons doublé le financement accordé au Fonds de dotation pour les arts auquel nous verserons 50 millions de dollars sur cinq ans pour assurer l'avenir à long terme des arts en Ontario. Nous avons augmenté notre engagement envers le marketing touristique de 50 millions de dollars, portant notre contribution totale à 170 millions de dollars sur six ans, pour pouvoir, par l'entremise de la Société du Partenariat ontarien de marketing touristique et de l'industrie du tourisme, promouvoir énergiquement l'Ontario en tant que destination de calibre international offrant des attractions toute l'année.

Au cours du prochain exercice, nous verrons les retombées de ces initiatives et de dizaines d'autres que nous avons mises en oeuvre pour renforcer le secteur du tourisme, de la culture et des loisirs.

Nos stratégies pour 2001-2002 consisteront à profiter de l'essor du tourisme, de la culture et des loisirs. Les partenariats conclus entre ses trois formidables secteurs d'activité nous permettront d'accélérer la création d'emplois, de stimuler la croissance économique et d'avoir des communautés plus prospères.

Je vous invite à étudier notre plan d'activités pour 2001-2002, à réfléchir à nos stratégies et à considérer les résultats que nous comptons atteindre. N'hésitez pas à nous appeler, à nous écrire ou à nous envoyer un courriel pour nous faire part de vos commentaires.

L'honorable Tim Hudak
Ministre du Tourisme, de la Culture et des Loisirs

Objectif général du ministère

Le tourisme, la culture et les loisirs touchent tout le monde en Ontario. Pour des centaines de milliers d'hommes, de femmes, d'étudiants et d'étudiantes de toutes les régions de la province, la vigueur de ces secteurs est synonyme de bons emplois.

Pour des millions d'autres, ces secteurs sont la pierre angulaire d'une qualité de vie enviable. Nous sommes heureux de présenter notre province aux amis et parents qui nous rendent visite. Nous sommes fiers de la notoriété de nos écrivains, acteurs et artistes. Nous nous associons aux victoires de nos athlètes de haut niveau aussi bien qu'aux exploits de notre nièce de huit ans quand elle frappe un coup de circuit au terrain de balle local. Nous sortons enrichis de la fréquentation de nos bibliothèques locales, de l'exploration de notre magnifique patrimoine naturel, avec son important réseau de sentiers de randonnée, et de la découverte de nos bâtiments historiques.

Comme elles sont créatrices d'emplois, ces industries améliorent notre qualité de vie laquelle, à son tour, attire des investissements de qualité et crée encore plus d'emplois. C'est cela l'*Avantage Ontario.*

Pendant l'exercice 2001-2002 et les exercices à venir, le nouveau ministère du Tourisme, de la Culture et des Loisirs jouera un rôle de premier plan dans la mise en valeur de ces secteurs essentiels pour l'Ontario.

Nous sommes déterminés à créer une organisation capable de réagir rapidement et efficacement et de saisir les occasions qui se présentent avec ses partenaires des secteurs public, privé et à but non lucratif; une organisation en mesure de répondre aux besoins des divers secteurs; une organisation qui tient ses promesses et aide la population de l'Ontario à avoir les communautés et la qualité de vie qu'elle souhaite.

Nos plans et nos stratégies pour les exercices à venir reposent sur l'objectif général suivant :

Que le ministère du Tourisme, de la Culture et des Loisirs soit reconnu comme un chef de file national en matière de création d'emplois et d'investissements en appuyant et en favorisant l'expansion du secteur du tourisme, de la culture, des sports, des loisirs et du jeu.

Activités de base

Notre nouveau ministère s'occupe d'un éventail impressionnant d'activités. Ainsi, il s'emploie aussi bien à encourager la pratique du hockey rudimentaire dans les centres sportifs locaux ou la magie des médias numériques d'avant-garde qu'à nous tailler une part du marché farouchement concurrentiel de l'industrie touristique mondiale ou à faire en sorte que les recettes tirées des jeux et des loteries servent à améliorer les services de santé et la vie communautaire dans toutes les régions de l'Ontario.

Bien que le champ d'activité du tourisme, de la culture et des loisirs soit fort étendu, il existe entre ces secteurs des liens étroits qui, à leur tour, cimentent nos activités de base.

Investir dans nos communautés

Nous favoriserons la prospérité des communautés, la création d'emplois et un style de vie agréable pour les Ontariennes et Ontariens et les nouveaux arrivants éventuels en développant nos collectivités locales, régionales et provinciales, ainsi que nos communautés d'intérêts, par le tourisme, la culture, les sports, les loisirs et les jeux. Les initiatives mises en oeuvre à cette fin iront de l'initiative SuperCroissance - volet Partenaires pour les sports, la culture et le tourisme aux activités de développement communautaire de la Fondation Trillium de l'Ontario.

Développer nos industries

Nous encouragerons un climat propice aux affaires, faciliterons les partenariats et investirons à long terme dans le développement du tourisme, de la culture, des sports et des loisirs pour augmenter l'avantage concurrentiel de l'Ontario. Nous favoriserons aussi l'expansion du secteur des jeux, en nous assurant qu'il est responsable, réglementé et adapté, pour soutenir le développement économique et la création d'emplois.

Encourager les partenariats avec les organismes et les attractions

Nous travaillerons en collaboration avec nos organismes, attractions, conseils et commissions et le secteur privé afin de tirer le meilleur parti possible des apports économiques, culturels et sociaux de nos organismes et attractions, en nous appuyant sur eux pour stimuler la croissance économique, la création d'emplois et la prospérité de nos communautés.

Nos organismes, attractions, conseils et commissions sont une mine de compétences spécialisées, de ressources et de programmes capables d'ouvrir des débouchés et des partenariats intersectoriels. En voici quelques-uns :

Musée des beaux-arts de l'Ontario
Commission des biens culturels
Parcs historiques de la Huronie
Collection McMichael d'art canadien
Palais des congrès de la communauté urbaine de Toronto
Commission des parcs du Niagara
Old Fort William
Conseil des arts de l'Ontario
Fondation du patrimoine ontarien
Services des bibliothèques de l'Ontario - Nord
Société des loteries et des jeux de l'Ontario
Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario
Société de la Place Ontario
Centre des sciences de l'Ontario
Société du Partenariat ontarien de marketing touristique
Fondation Trillium de l'Ontario
Centre des congrès d'Ottawa
Jardins botaniques royaux
Musée royal de l'Ontario
Science Nord
Services des bibliothèques de l'Ontario - Sud
Commission des parcs de la Sainte-Claire
Commission des parcs du Saint-Laurent

Nos activités de base nous permettront de réunir au sein d'un même ministère le tourisme, la culture et les loisirs pour stimuler l'économie et améliorer la qualité de vie de l'Ontario.

Rapport annuel sur les réalisations clés en 2000-2001

Au cours de l'exercice passé, nous avons lancé un grand nombre d'initiatives touristiques, culturelles et récréatives tendant toutes vers un même objectif : multiplier les emplois et stimuler la croissance économique des communautés de l'Ontario.

Avec nos partenaires de l'industrie du tourisme, nous avons investi plus de 50 millions de dollars, dont 15 millions de dollars de nos partenaires et une subvention de 3,2 millions de dollars à la Société de marketing touristique du Nord (SMTN), afin de promouvoir l'Ontario comme destination de calibre international offrant des attractions toute l'année.

Nous avons lancé un nouveau site Web – www.ontariotravel.net – contenant une base de données consultable où sont répertoriés quelque 8 000 hébergements touristiques, événements, excursions d'aventure, festivals et services aux visiteurs.

Notre programme visant à faire de l'Ontario la destination de choix des résidents de la province tout au long de l'année s'est appuyé sur de nouveaux produits dans les catégories suivantes : villes, circuits et activités de plein air. En leur offrant de nouvelles et stimulantes expériences, nous fidéliserons nos visiteurs.

Le Partenariat ontarien de marketing touristique (POMT) a pris la forme d'une alliance stratégique, promotionnelle et commerciale entre le gouvernement et l'industrie. Son objectif est d'attirer un plus grand nombre de visiteurs en Ontario et de les encourager à y séjourner plus longtemps et à y dépenser davantage en découvrant les nombreux attraits de notre magnifique province.

Nous avons joint nos efforts à ceux de la ville de Niagara Falls, de la municipalité régionale de Niagara, de la Commission des parcs du Niagara et du ministère des Transports pour entreprendre d'importants travaux de revitalisation de la rue Robert, l'un des principaux points d'entrée de la province pour nos voisins américains. Cet investissement stratégique, annoncé en octobre 2000, ne manquera pas de créer une première impression favorable chez nos visiteurs et de leur donner l'envie d'explorer la région.

Rapport annuel sur les réalisations clés en 2000-2001 (suite)

Depuis son lancement, il y a quatre ans, le programme Tourism Oriented Directional Signing (TODS), mis en oeuvre par une entreprise du secteur privé et supervisé par le MTCL, a été adopté par plus de 3 000 exploitants et a dépassé son objectif original de 2 500 exploitants en cinq ans. Si l'on en juge par le nombre de ventes enregistrées, le programme a atteint 80 pour 100 de sa pleine capacité estimative. Sous la direction de l'adjoint parlementaire Frank Mazzilli, nous prendrons les mesures nécessaires pour donner suite à la récente étude réalisée sur ce très fructueux programme.

Nous avons participé à la rédaction de règlements pris en application du projet de loi 101, *Loi visant à favoriser la durabilité des pistes de motoneige et à accroître la sécurité et les mesures d'exécution.* Le projet de loi témoigne de la popularité croissante de ce sport et permettra à l'Ontario Federation of Snowmobile Clubs d'offrir des pistes de motoneige sûres, de qualité et de calibre international.

Pour mieux comprendre les besoins et les désirs de nos visiteurs, nous avons commandé l'Enquête sur les activités et les préférences en matière de voyages, le plus important exercice du genre jamais réalisé en Ontario. Grâce à la participation de 13 partenaires des secteurs public et privé, cette enquête menée auprès de voyageurs nord-américains, au coût de 2 millions de dollars, nous permettra de mieux promouvoir l'Ontario en tant que destination touristique de choix 365 jours par année et d'aider l'industrie à mettre au point des produits adaptés. Des rapports seront publiés tout au long de l'année 2001.

L'initiative SuperCroissance - volet Partenaires pour les sports, la culture et le tourisme a été lancée au début de 2001. Ce programme, doté d'un budget de 300 millions de dollars réparti sur cinq ans, a suscité une réaction extraordinaire : plus de 450 demandes, représentant des projets d'une valeur totale de 2 milliards de dollars. Il en découle qu'un programme visant à rénover les installations sportives, culturelles, touristiques et récréatives vieillissantes et à créer de nouvelles attractions était devenu grandement nécessaire.

Nous avons investi près de vingt millions de dollars dans nos organismes et attractions touristiques et culturels pour les aider à restaurer et à rénover leurs infrastructures vieillissantes. Cet investissement leur permettra de préserver les biens publics pour les générations à venir et de continuer à offrir leurs programmes éducatifs, patrimoniaux et culturels pour le plus grand plaisir des étudiantes, des étudiants et des visiteurs.

Rapport annuel sur les réalisations clés en 2000-2001 (suite)

Nous avons consacré un montant supplémentaire de 25 millions de dollars au Fonds de dotation pour les arts, administré par la Fondation du Conseil des arts de l'Ontario, portant ainsi à 50 millions de dollars notre engagement pour les cinq prochaines années. En janvier 2001, 196 groupes voués aux arts avaient reçu du gouvernement près de 22 millions de dollars en fonds de contrepartie.

La nouvelle Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (SDIMO) a été inaugurée en février 2001; elle servira de point d'accès unique aux industries du film, du livre, des magazines, de la télévision, des enregistrements sonores et des médias numériques. La SDIMO est le premier organisme relevant d'un gouvernement provincial canadien qui encourage l'établissement de partenariats stratégiques entre médias culturels convergents.

Plusieurs crédits d'impôt ont été accordés en 2000 pour encourager les investissements et créer des emplois dans les industries culturelles de l'Ontario.

Une nouvelle loi a été adoptée pour protéger l'investissement des contribuables ontariens qui appuient depuis 35 ans la Collection McMichael d'art canadien. Le gouvernement a également pris des dispositions pour protéger cet investissement pour les générations à venir en accordant 2 millions de dollars pour l'amélioration des immobilisations.

Fidèles à notre promesse d'améliorer les télécommunications, quelque 130 bibliothèques publiques de plus, situées pour la plupart dans de petites localités, sont désormais reliées à Internet par des lignes d'accès ultra-rapide. Le service a été considérablement amélioré pour les usagers qui peuvent maintenant accéder à un plus grand nombre de documents multimédias en perdant moins de temps à les télécharger.

Le Fonds d'encouragement à la protection du patrimoine, doté d'un budget de 10 millions de dollars et lancé en février 2000, offre des fonds d'immobilisations et de dotation de contrepartie à des organismes communautaires (5 millions de dollars) et à la Fondation du patrimoine de l'Ontario (5 millions de dollars) pour la rénovation et la restauration de bâtiments patrimoniaux.

En 2000, le gouvernement de l'Ontario s'est engagé à verser 10 millions de dollars de fonds de contrepartie sur trois ans à la Fondation pour les athlètes et l'entraînement sportif (FAES) pour faciliter l'entraînement des jeunes athlètes ontariens. La FAES a été créée par TO-2008, la Société pour la candidature olympique de la ville de Toronto.

Rapport annuel sur les réalisations clés en 2000-2001 (suite)

Les Jeux d'été de l'Ontario, qui se tenaient dans la région de Durham, et les Jeux d'été pour les personnes âgées de l'Ontario, Actifest, qui ont eu lieu à Ottawa, ont remporté un franc succès puisque plus de 4 500 personnes ont participé à 35 sports. On a aidé le groupe 2001 London Alliance à se préparer à accueillir les Jeux d'été du Canada 2001, qui se dérouleront à London et dans les localités environnantes en août 2001.

Les Récompenses sportives de l'Ontario ont été remises aux meilleurs athlètes, entraîneurs et bénévoles de l'Ontario, ainsi qu'à des entreprises du secteur privé pour leur contribution aux sports au niveau communautaire.

Les Prix d'excellence Syl Apps ont été décernés à seize jeunes âgés de 12 à 17 ans, au niveau régional, puis provincial, pour leurs activités de bénévolat, leurs prouesses athlétiques et leur leadership.

Ontario actif a été lancé en août 2000 pour sensibiliser la population aux bienfaits de l'activité physique et encourager la pratique modérée d'exercices dans la vie de tous les jours. L'objectif de la stratégie Ontario actif est d'encourager la participation chez soi, au travail, à l'école et dans les loisirs.

Quatre nouveaux établissements et installations de jeux ont pu ouvrir grâce à l'aide de la Société des loteries et des jeux de l'Ontario : des salles de machines à sous aux hippodromes Clinton Raceway, Flamborough Downs et Hanover Raceway, et un casino de bienfaisance à Thunder Bay.

Le ministère a récemment annoncé la construction d'un nouveau casino de bienfaisance dans l'Est de l'Ontario, qui sera administré conjointement par le canton de Leeds et des Mille-Îles et la ville de Gananoque, et d'un nouveau casino permanent à Niagara Falls. Ces deux projets créeront des emplois dans les communautés intéressées.

Au début de l'exercice 2000-2001, une législation référendaire a été mise en place reconnaissant l'importance du soutien populaire et la nécessité de permettre aux municipalités de s'exprimer sur l'expansion des jeux de hasard. Le gouvernement a aussi annoncé que cette expansion serait suspendue pendant trois ans, jusqu'en juin 2003, pour permettre au marché du jeu de la province de bien s'établir.

Le ministère a fourni 100 millions de dollars à l'un de ses organismes, la Fondation Trillium de l'Ontario, pour aider plus de 1 500 oeuvres de bienfaisance et organismes sans but lucratif disséminés dans l'ensemble de la province.

Rapport annuel sur les réalisations clés en 2000-2001 (suite)

En collaboration avec le ministère de la Santé et des Soins de longue durée, la somme de 17,1 millions de dollars a été affectée à la stratégie provinciale de lutte contre le jeu compulsif. Ces fonds ont permis de financer des traitements et des programmes de prévention et de recherche et, notamment, d'ouvrir le Centre ontarien de recherche sur le jeu compulsif.

Engagements et stratégies clés en 2001-2002

De même que le tourisme, la culture et les loisirs sont étroitement associés à la vie des Ontariennes et Ontariens, les possibilités de croissance et d'amélioration de ces trois secteurs sont elles aussi interdépendantes.

Au cours du prochain exercice, nous donnerons suite aux engagements pris dans le budget de l'Ontario et le discours du Trône de 2001.

Nous travaillerons avec le ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales à l'élaboration d'une stratégie agrotouristique bien pensée visant à harmoniser le développement du tourisme avec la préservation des cultures de fruits fragiles.

Nous inspirant des fructueux efforts engagés récemment par le gouvernement pour aider les producteurs ontariens de vin de glace à accéder au marché européen, nous travaillerons avec les représentants de cette industrie à élaborer une stratégie vinicole et gastronomique de calibre international pour attirer de nouveaux touristes.

De concert avec le ministère des Transports, nous créerons des points de passage internationaux modernes, avec des centres d'information touristique dotés de la technologie la plus récente, aux postes frontaliers stratégiques de l'Ontario, et nous stimulerons l'économie locale par la promotion des destinations touristiques, des attractions culturelles et historiques et des événements locaux et régionaux.

Nous ferons le point sur les programmes de la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario pour accroître la compétitivité des industries culturelles. La revue des programmes de la SDIMO se terminera par un important congrès à l'automne 2001 au cours duquel on étudiera de nouvelles possibilités de convergence et de partenariats.

Nous apporterons notre concours au ministère des Finances et aux intervenants pour accorder des dégrèvements d'impôts fonciers aux propriétaires d'édifices désignés en vertu de la *Loi sur le patrimoine de l'Ontario* comme ayant une valeur architecturale ou historique.

Sous la direction de l'adjoint parlementaire Frank Mazzilli, nous passerons en revue les politiques régissant le sport amateur et les loisirs dans la province.

Engagements et stratégies clés en 2001-2002 (suite)

Outre ces engagements, nous regrouperons les ressources de nos activités de base pour soutenir un certain nombre de stratégies complémentaires à long terme. Pour promouvoir la création d'emplois et l'investissement dans le tourisme, la culture, les loisirs et le jeu dans la province, le ministère :

- favorisera les partenariats intersectoriels et intra-sectoriels en matière de tourisme, de culture, de sports, de loisirs et de jeu;
- encouragera la viabilité de ces secteurs grâce à la mise en place de mécanismes d'investissement appropriés et originaux;
- lancera une stratégie de marketing intégrée qui générera des emplois et de nouveaux investissements, et sera source de croissance économique et de fierté pour la province;
- travaillera avec les organismes et attractions pour augmenter leur efficacité, rentabilité, esprit d'entreprise et responsabilité en encourageant une plus grande coopération et des partenariats plus étroits;
- soutiendra l'industrie du jeu en veillant à ce qu'elle soit responsable, réglementée et adaptée;
- encouragera la recherche de la qualité dans les services et programmes offerts par le ministère, ses partenaires et ses organismes et attractions;
- célébrera ses réalisations et ses succès.

Pendant l'exercice 2001-2002, nous stimulerons l'économie et améliorerons la qualité de vie en Ontario grâce aux initiatives suivantes :

Nous augmenterons la compétitivité de l'industrie touristique de l'Ontario en appuyant la création de nouveaux produits et en encourageant les investissements.

Nous stimulerons le développement économique local et régional, améliorerons l'état et la qualité des installations sportives, récréatives, culturelles et touristiques, ainsi que la qualité et la position sur le marché des principales attractions culturelles et touristiques de l'Ontario en gérant efficacement l'initiative quinquennale Partenaires pour les sports, la culture et le tourisme, dotée d'un budget de 300 millions de dollars.

Nous investirons 14 millions de dollars dans nos organismes touristiques et culturels afin d'améliorer leurs atouts, de maintenir et de préserver leurs inestimables collections, d'assurer la santé et la sécurité du public et d'enrichir l'expérience des visiteurs.

Engagements et stratégies clés en 2001-2002 (suite)

Nous poursuivrons nos efforts en vue d'améliorer le service à la clientèle dans le domaine de l'archéologie, où nous encouragerons une plus grande efficience et transparence, tout en nous assurant que la richesse archéologique de l'Ontario soit préservée pour les générations à venir.

Nous continuerons de travailler en étroite collaboration avec les bibliothèques publiques de l'Ontario pendant la mise au point d'une nouvelle stratégie nous permettant d'offrir à nos communautés tous les avantages d'un système de bibliothèques publiques efficace, rentable et adapté au XXI^{e} siècle.

Nous établirons un fonds de 6 millions de dollars (sur trois ans) pour améliorer la qualité de vie des enfants et des jeunes défavorisés et leur permettre de participer aux programmes de sports et de loisirs offerts dans leur communauté.

Grâce à un investissement de 3,25 millions de dollars, London sera l'hôte de 5 000 athlètes, entraîneurs et administrateurs sportifs qui viendront participer, en août, aux plus importants jeux multidisciplinaires organisés au Canada pour les jeunes. Ottawa accueillera, en juillet, grâce à un investissement de 3 millions de dollars du gouvernement de l'Ontario, des visiteurs et participants du monde entier à l'occasion du festival des sports et de la culture marquant les IV^{e} Jeux de la Francophonie.

Nous travaillerons avec l'industrie du jeu dont nous nous servirons comme d'un outil de développement économique et de promotion du tourisme, en mettant à profit les synergies créées par le nouveau ministère du Tourisme, de la Culture et des Loisirs.

Nous travaillerons avec la Fondation Trillium de l'Ontario et ses bénévoles à la formation des équipes d'évaluation des demandes de subvention pour continuer à améliorer la répartition des 100 millions de dollars accordés chaque année à des projets communautaires voués à la culture, aux loisirs, aux sports, à l'environnement et aux services sociaux.

Nous participerons à l'examen en vue de l'optimisation des ressources, annoncé récemment par le gouvernement, pour veiller à ce que nos programmes de subventions et de crédits mettent à profit les synergies créées dans le nouveau ministère, répondent à nos attentes et soient dispensés de façon efficiente et efficace.

Mesures clés d'évaluation de la performance

Activité de base : Investir dans nos communautés

Buts/résultats	Mesures	Objectifs/normes	Engagements 2001-2002
Davantage d'Ontariennes et d'Ontariens sont actifs.	Pourcentage d'Ontariennes et d'Ontariens suffisamment actifs pour en tirer les bienfaits sur le plan de la santé.	En 2001, 41 % des Ontariennes et Ontariens sont suffisamment actifs pour en tirer les bienfaits sur le plan de la santé.	41 % des Ontariennes et Ontariens sont suffisamment actifs pour en tirer les bienfaits sur le plan de la santé.
Meilleur accès à des programmes de jeux responsables.	Les établissements de la Société des loteries et des jeux de l'Ontario offrent des programmes de jeux responsables.	Terminer la mise en place d'une stratégie complète de jeux responsables dans les établissements de la Société des loteries et des jeux de l'Ontario.	La stratégie de jeux responsables dans les établissements de la Société des loteries et des jeux de l'Ontario atteint 95 % des objectifs visés.

Activité de base : Développer nos industries

Buts/résultats	Mesures	Objectifs/normes	Engagements 2001-2002
L'industrie du tourisme de l'Ontario continue de prospérer dans les années à venir.	Recettes touristiques attribuables aux programmes de marketing du ministère.	D'ici 2001, augmenter de 400 millions de dollars par an les recettes touristiques attribuables aux programmes de marketing du ministère.	Les recettes touristiques totales atteignent 500 millions de dollars.
La qualité et la diversité des activités touristiques offertes en Ontario continuent de s'améliorer grâce à des investissements accrus.	Qualité et diversité des produits et activités touristiques offerts en Ontario.	D'ici 2001-2002, élaborer des stratégies spéciales pour au moins six marchés touristiques à créneaux	Effectuer une analyse de l'insuffisance des investissements pour savoir quels sont les secteurs et produits à développer ou dans lesquels investir.
Encourager les industries culturelles de l'Ontario par des incitatifs fiscaux.	Incidence des crédits d'impôts sur les industries du film, de la télévision, de l'animatique, des effets spéciaux et de l'édition.	L'industrie des médias de l'Ontario est plus productive.	Les budgets de production totalisent 498 millions de dollars grâce aux crédits d'impôts.

Activité de base : Encourager les partenariats avec les organismes et les attractions			
Buts/résultats	**Mesures**	**Objectifs/normes**	**Engagements 2001-2002**
Plus grande autonomie des organismes culturels.	Recettes générées par les organismes.	Augmenter les recettes auto-générées au-delà de la base de 46 millions de dollars de l'exercice 1996-1997.	Les recettes auto-générées totalisent 57 millions de dollars.
Activités de jeux rentables.	Rapport coûts de fonctionnement – ventes de la Société des loteries et des jeux de l'Ontario.	D'ici l'exercice 2003-2004, améliorer le rapport coûts de fonctionnement – ventes de façon à faire partie des 10 premiers territoires de compétence d'Amérique du Nord pour les recettes de loterie traditionnelle, et des cinq premiers pour les recettes de casino commercial.	Faire partie des 15 premiers territoires de compétence d'Amérique du Nord pour les recettes de loterie traditionnelle et de casino commercial.

*Données réelles provisoires sur les dépenses du ministère par activité de base en 2000-2001**

Ministère du Tourisme, de la Culture et des Loisirs

Fonctionnement	361 millions de $ (Remarque 1)
Immobilisations	27 millions de $ (Remarque 1)
Personnel	795 (Remarque 2)

Investir dans nos communautés

Fonctionnement	126 millions de $
Immobilisations	1 million de $
Personnel	67

Fondation Trillium de l'Ontario

Développer nos industries

Fonctionnement	48 millions de $
Personnel	129 (Remarque 2)

Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario
Société du Partenariat ontarien de marketing touristique

Encourager les partenariats avec les organismes et attractions

Fonctionnement	183 millions de $
Immobilisations	26 millions de $
Personnel	581 (Remarque 2)

Musée des beaux-arts de l'Ontario
Parcs historiques de la Huronie
Collection McMichael d'art canadien
Conseil des arts de l'Ontario
Old Fort William
Fondation du patrimoine ontarien
Société de la Place Ontario
Centre des sciences de l'Ontario
Jardins botaniques royaux
Musée royal de l'Ontario
Science Nord
Commission des parcs du Saint-Laurent

Administration du ministère (Remarque 3)

Fonctionnement	4 millions de $
Personnel	18

Remarques :

1. Les dépenses du ministère sont rapportées selon la méthode comptable du CCSP. Les dépenses de fonctionnement du ministère comprennent le transfert de la Fondation Trillium de l'Ontario et du volet Culture, Sports et Loisirs du ministère des Affaires civiques.
2. Le nombre des employés comprend ceux des organismes suivants : Fondation du patrimoine de l'Ontario, Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario, Société de la Place Ontario, Centre des sciences de l'Ontario, Société du Partenariat ontarien de marketing touristique et Commission des parcs du Saint-Laurent.
3. Sont inclus le bureau central et les services de communications. En 2000-2001, les services de soutien administratif et services régionaux du volet Tourisme étaient assurés par le ministère du Développement économique et du Commerce. En 2000-2001, les services de soutien administratif et services régionaux du volet Culture, Sports et Loisirs étaient assurés par le ministère des Affaires civiques.

Plan des affectations 2001-2002 approuvées par le ministère par activité de base

Ministère du Tourisme, de la Culture et des Loisirs

Fonctionnement	392 millions de $ (Remarque 1)
Immobilisations	68 millions de $ (Remarque 1)
Personnel	860

Investir dans nos communautés

Fonctionnement	156 millions de $
Immobilisations	50 millions de $
Personnel	97

Fondation Trillium de l'Ontario

Développer nos industries

Fonctionnement	57 millions de $
Personnel	139 (Remarque 2)

Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario
Société du Partenariat ontarien de marketing touristique

Encourager les partenariats avec les organismes et attractions

Fonctionnement	174 millions de $
Immobilisations	18 millions de $
Personnel	585 (Remarque 2)

Musée des beaux-arts de l'Ontario
Parcs historiques de la Huronie
Collection McMichael d'art canadien
Conseil des arts de l'Ontario
Old Fort William
Fondation du patrimoine ontarien
Société de la Place Ontario
Centre des sciences de l'Ontario
Jardins botaniques royaux
Musée royal de l'Ontario
Science Nord
Commission des parcs du Saint-Laurent

Administration du ministère (Remarque 3)

Fonctionnement	57 millions de $
Personnel	139 (Remarque 2)

Remarques :

1. Les affectations du ministère sont rapportées selon la méthode comptable du CCSP. Les affectations du ministère comprennent le transfert de la Fondation Trillium de l'Ontario et du volet Culture, Sports et Loisirs du ministère des Affaires civiques.
2. Le nombre des employés comprend ceux des organismes suivants : Fondation du patrimoine de l'Ontario, Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario, Société de la Place Ontario, Centre des sciences de l'Ontario, Société du Partenariat ontarien de marketing touristique et Commission des parcs du Saint-Laurent.
3. Sont inclus le bureau central et les services de communications. Les services de soutien administratif et les services régionaux sont assurés par le ministère des Affaires civiques.

Personnes à contacter

Ministre du Tourisme, de la Culture et des Loisirs
L'honorable Tim Hudak
Téléphone : 416 326-9326
Télécopieur : 416 326-9338

Bureau du sous-ministre
Todd Kilpatrick
Chef de cabinet du sous-ministre
Téléphone : 416 314-7819
Télécopieur : 416 314-7854
Courriel : todd.kilpatrick@omt.gov.on.ca

Tourisme
Jean Lam
Sous-ministre adjointe
Téléphone : 416 325-6961
Télécopieur : 416 325-6985
Courriel : jean.lam@omt.gov.on.ca

Culture, Sports et Loisirs
Lucille Roch
Sous-ministre adjointe
Téléphone : 416 314-7262
Télécopieur : 416 314-7461
Courriel : lucille.roch@mczcr.gov.on.ca

Jeux/Fondation Trillium de l'Ontario
Laura A. Pisko-Bezruchko
Directrice, Politiques et partenariats avec les organismes
Téléphone : 416 325-7470
Télécopieur : 416 325-8568
Courriel : laura.pisko-bezruchko@mbs.gov.on.ca

Bureau de l'investissement et du développement touristiques
Terry Smith
Directrice
Téléphone : 416 314-7105
Télécopieur : 416 327-2506
Courriel : terry.smith@omt.gov.on.ca

Secrétariat des partenariats pour les sports, la culture et le tourisme
Bill Kriesel
Chef de service
Téléphone : 416 314-1682
Télécopieur : 416 314-1382
Courriel : bill.kriesel@mczcr.gov.on.ca

Les personnes voulant de plus amples renseignements sur le ministère du Tourisme, de la Culture et des Loisirs peuvent visiter son site Web à :

http://www.tourism.gov.on.ca/french/index.asp

Pour de plus amples renseignements sur les organismes, conseils, attractions et commissions qui relèvent du ministère du Tourisme, de la Culture et des Loisirs, prière de consulter les pages bleues ou blanches de l'annuaire téléphonique ou de suivre les liens du site Web du ministère.

On peut se procurer des exemplaires gratuits du présent document auprès de :
Publications Ontario
880, rue Bay, Toronto (Ontario) M7A 1N8
Téléphone : 416 326-5300
Clients d'autres régions, sauf Ottawa, faire le 1 800 668-9938.
À Ottawa, faire le (613) 238-3630 ou, sans frais, le 1 800 268-8758.
Service téléphonique aux malentendants :
composer sans frais, n'importe où en Ontario, le 1 800 268-7095.

On peut commander des exemplaires du présent document par Internet à :
http://www.publications.gov.on.ca

Copie électronique du présent document disponible à :
http://www.gov.on.ca

© Imprimeur de la Reine pour l'Ontario, 2001

ISBN 0-7794-1202-8

This document is also available in English.